



Secado de café Finca Don Jesús A. Cardona-Dosquebradas (Risaralda)

El alojamiento urbano y rural en Santa Rosa de Cabal (Risaralda, Colombia)

SÍNTESIS:

Los alojamientos se constituyen en un factor impulsor de los desplazamientos turísticos alrededor del mundo y resultan críticos para la captación de turistas en Colombia; en particular, en el municipio de Santa Rosa de Cabal. Este artículo tiene como objetivo describir la calidad de los servicios prestados en los alojamientos rurales y urbanos, usando una lista de chequeo estructurada, de acuerdo con la norma NTSH 006, dirigida a los administradores y propietarios, con miras a proponer algunas recomendaciones para elevar la calidad del servicio hotelero prestado en el municipio. Se encuentran bajos niveles de certificación entre los hoteles participantes: tan solo el 32% de los alojamientos cuenta con alguna. Los procesos de calidad están presentes en factores como la edificación, la seguridad, las habitaciones y sus baños, mantenimiento y reservas.

PALABRAS CLAVE:

Hoteles, Turismo, Prácticas Administrativas, Calidad del Servicio.

Clasificación JEL: L83, L84, M19

ABSTRACT:

The accommodations are constitute in a driving factor of the touristic displacements around the world and result critics for the catchment of tourists in Colombia. Particularly in Santa Rosa de Cabal. This article has as objective to describe the quality of the services provided in the rural and urban accommodations, using a structured checklist according to the law NTSH 006, for the owners and administrators with a view of proposing some recommendations to increase the quality of hotel service provided by the municipality. There are low levels of certification among the hotels participants: only the 32% of the accommodations counts with any. The quality processes are present in factors as edification, security, the room and their baths, maintenance and reservations.

KEY WORDS:

Hotels, Tourism, Administrative Practices, Quality of the Service

JEL Classification: L83, L84, M19

El alojamiento urbano y rural en Santa Rosa de Cabal (Risaralda, Colombia)¹

C

Alejandro Aristizabal Jaramillo

Ana María Quiroz Posada

Lucía Ruiz Granada

Urban and Rural accommodation in Santa Rosa de Cabal (Risaralda, Colombia)

Primera versión recibida el 12 Mayo de 2015. Versión final aprobada el 16 de Junio de 2015.

Para citar este artículo: Aristizabal Jaramillo, Alejandro, Quiroz Posada, Ana M., Ruiz Granada, Lucía (2015). El alojamiento urbano y rural en Santa Rosa de Cabal (Risaralda, Colombia). En: Gestión y Región N° 19 (Enero - Junio de 2015; pp. 29-54

Introducción

El turismo en el siglo XXI es considerado una de las actividades económicas que presenta potencial de crecimiento para los países, impulsa las relaciones internacionales, crea empleos y puede propiciar desarrollo económico y social. En el contexto global, la calidad cobra gran relevancia entre las organizaciones como factor diferenciador mediante la generación de mayor valor agregado, fidelización de los clientes y un servicio en óptimas condiciones. Los modelos de calidad, impulsados por los países desarrollados, han asegurado esta actividad para el sostenimiento económico en momentos de prosperidad y de depresión, por su participación como columna vertebral en el PIB.

En Colombia, el turismo es un eje importante de desarrollo económico incluido en los planes de desarrollo. La gobernación de Risaralda lo define como un sector priorizado en el Plan Regional de Competitividad, por su condición de dinamizador del mercado e incidencia en los servicios conexos. (Comisión de Competitividad de Risaralda, 2012).

Los hoteles en Colombia no han hecho esfuerzos suficientes para consolidar este sector como uno de los más competitivos, por la creciente oferta y la falta de formalización en sus procesos. Santa Rosa de Cabal es un territorio reconocido tanto a nivel nacional como internacional, por sus atractivos turísticos, por lo cual requiere servicios de alojamiento y hospedaje competitivos y de calidad para el desarrollo pleno de la actividad turística.

El turismo es una actividad económica que en Colombia ha sido tomado por las administraciones públicas como foco de oportunidad de negocios y crecimiento

¹ Este trabajo de investigación formativa se realizó en la línea de investigación estudios sectoriales del grupo de investigación Desarrollo Empresarial de la Universidad Católica de Pereira. Es parte del trabajo de grado para optar el título de Administrador de Empresas de Alejandro Aristizabal y Ana María Quiroz.

económico; se reconoce la importancia de estructurar productos y servicios de calidad que proporcionen valor agregado a los turistas, se requiere un sistema de relaciones productivas que se organicen con un enfoque hacia la calidad y la oferta de servicios turísticos. El turismo implica la transformación de la estructura productiva y social de los espacios rurales, se inicia también un proceso de transformación del paisaje, que lleva en si la validación de pautas particulares (Cruz, Zizumbo, Cruz & Quintilla, 2012).

El Departamento busca fortalecer su oferta turística con la declaratoria de Paisaje Cultural Cafetero descrito como “uno de los mayores activos no solo para Risaralda sino para Caldas, Quindío y el Valle del Cauca y el cual está conformado por 51 municipios, de los cuales 12 corresponden al Departamento. El Paisaje Cultural Cafetero cubre un área de 3.500 hectáreas en su área urbana y 340.000 hectáreas en la parte rural, conformado por 858 veredas y con influencia sobre una población cercana a 500.000 habitantes” (Pérez, Valencia, González y Cardona, 2014, p.41). Se pueden encontrar grandes oportunidades de negocios, generación de empleo, emprendimientos, mayor flujo de turistas, entre otros. La búsqueda constante del mejoramiento en el servicio turístico para el consumidor del siglo XXI y el desempeño de este sector mediante decisiones tomadas a partir de planes de acción y modelos de negocios son el camino hacia la competitividad.

En este artículo se identifican las prácticas administrativas y los procesos de calidad presentes en los alojamientos urbanos y rurales de Santa Rosa de Cabal y se plantean estrategias que favorezcan su desarrollo empresarial. La caracterización ayudará a que los empresarios puedan darse cuenta de la importancia de procesos de calidad en sus organizaciones y, de esta manera, dar a conocer estrategias que puedan ser implementadas en su gestión para incrementar sus tasas de ocupación. La pregunta orientadora es: ¿existen procesos de calidad en los servicios prestados en los alojamientos urbanos y rurales del municipio de Santa Rosa de Cabal Risaralda, según las prescripciones de la norma NTSH 006?

A continuación se presentan el diseño metodológico, la discusión teórica, el contexto de la actividad en el municipio, los resultados y algunas consideraciones finales.

Diseño Metodológico

Para estudiar el alojamiento en Santa Rosa de Cabal, se seleccionó como población los hoteles de tipo rural y urbano registrados en la base de datos de La Policía de Turismo de Risaralda, para el año 2015. Se combinó la aplicación de una lista de chequeo estructurada, avalada por COTELCO de acuerdo con la norma NTSH 006, con la observación para determinar el nivel de calidad presente en los establecimientos.

Para la realización de estos análisis se recolectaron las listas de chequeo entre el 13 de septiembre y el 20 de octubre de 2015; para el análisis y síntesis se tabularon los resultados y se analizaron las variables más relevantes en la caracterización de este servicio. Finalmente, se diseñaron estrategias para el mejoramiento de los establecimientos de alojamiento en calidad y prácticas administrativas.

La población fue de 50 de los 64 hoteles registrados en la base de datos de La Policía de Turismo de Risaralda para el año 2015. Los 14 hoteles restantes no contestaron el instrumento. Las unidades de observación son los propietarios y/o gerentes que aceptaron participar en este trabajo.

En la lista de chequeo, el componente organizacional se enfoca en los requisitos legales, edificación, seguridad, mantenimiento, personal, servicios de las habitaciones, prestación de servicios de alimentación y bebidas, entre otras. Las fuentes de recolección de información son estrictamente primarias. De acuerdo con los resultados obtenidos, se caracterizó la calidad del servicio en el sector hotelero (rural y urbano) de Santa Rosa de Cabal.

Discusión teórica y contexto

Desarrollo y turismo

En el turismo existen tres elementos primarios: a) el viaje en sí, b) el alojamiento y c) la participación en actividades en el destino o los impactos consecuentes del turismo. Se pueden considerar dos alternativas de turismo. El rural engloba aquellas actividades recreativas y turísticas que se realizan en el medio rural y en la naturaleza; incluye el agroturismo, el turismo cultural, el de aventura, deportivo y el ecoturismo. Tiene gran injerencia en el desarrollo de las regiones y ser un factor de desarrollo e impulso, si considera la participación activa de la población vulnerable (Mediano, 2004). El turismo urbano se desarrolla en las ciudades que, por su emplazamiento estratégico, su evolución y riqueza económica, financiera, histórica o socio-cultural, la disponibilidad de un sello o atractivo que actúa como emblema, o simplemente por su importante concentración de alternativas de esparcimiento, favorecen el uso del tiempo libre, generan el interés de los visitantes para incluirla como parte de su destino final o como componente de un circuito turístico más amplio (Nova, 2006).

El sistema turístico constituye una serie de elementos integrados y relacionados con el fin de incrementar los flujos de turistas; cada destino debe crear productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores (Gándara, 2004). Se considera necesario generar una marca o identidad que lo identifique como tal; la imagen de marca o destino envuelve las percepciones del consumidor acerca de cómo ella es reflejada por un conjunto de asociaciones en la memoria de los consumidores (Carvajal, 2014; Martínez, 2013).

En estos destinos, las empresas turísticas tienen como objetivo la prestación de un servicio turístico de alojamiento, alimentación, transporte, meditación u ocio complementario, entendido este como la satisfacción de necesidades que ofrece una actividad o servicio para garantizar un beneficio al cliente (Parra y Calero, 2006, p. 37). Es necesaria una gestión acorde a su naturaleza y objetivos corporativos, como reto latente que le surge a estas organizaciones para replantear y contemplar en sus planes, estrategias que permitan el desarrollo de todas las áreas y así tener elementos que sustenten la adecuada implementación de los indicadores de gestión, que den cuenta de la eficiencia en su proceso administrativo.

El turismo, afirma Gándara (2004), deberá estar unido a la calidad de los destinos turísticos, como regla básica para establecerse en el mercado y administrar las amenazas que se puedan generar.

El gobierno nacional define los conceptos de sostenibilidad y ecoturismo como los ejes para fortalecer el sector. La sostenibilidad está basada en el fortalecimiento de las relaciones existentes entre la equidad en el acceso y la utilización amable de los recursos naturales, en armonía con el desarrollo tecnológico e institucional, es decir, generar progreso que permita desarrollar una actividad turística más competitiva (Rojas Pinilla, 2009).

En la actividad turística, Zúñiga y Castillo (2012) señalan que Colombia requiere nuevas políticas públicas, enfocadas en su dinamismo para generar alternativas de desarrollo social y económico en las regiones con potencial turístico, ejecutar planes estratégicos sectoriales e intersectoriales bajo la premisa del desarrollo sostenible.

Para que el país sea considerado un destino turístico de talla mundial requiere mejorar su infraestructura, sobre todo de transporte, la posibilidad de alianzas, franquicias y habilidades gerenciales que promuevan su mayor competitividad. La hotelería ha sido una de las actividades económicas que se ha fortalecido por la inversión extranjera directa en el país; impulsa las diferentes modalidades de turismo y los sectores que se desarrollan por sus interrelaciones. Es imperativo el buen direccionamiento de los recursos captados para generar los resultados proyectados y la generación de empleos con valor agregado (Uribe y Gaitán, 2013).

Los conceptos de desarrollo económico y desarrollo social en la actividad turística se relacionan con los resultados directos que se establecen entre residentes y visitantes, por el tiempo que dura la estadía del turista. El poder de dichos resultados dependerá del tipo de turista y especialmente de los factores espacio-temporales (Velasco, Solís y Torres, 2014). El Eje Cafetero tiene la posibilidad de vender a los visitantes la belleza de una tierra con gran tradición en la historia económica del país; en la actualidad, esta región es el más importante destino turístico del país (Mejía y Zuluaga, 2013). Sin embargo, se percibe una

importante desarticulación entre el sector público y el privado, al no aunar los esfuerzos para realizar una adecuada promoción del destino, por lo que resulta precario el trabajo concertado entre ambos, en cuanto a promoción se refiere.

El desarrollo hotelero y hospedaje de un territorio, tanto como el avance empresarial y turístico, deben ir acompañados de estrategias más agresivas y sostenibles de promoción a nivel nacional e internacional. Es indispensable que se articulen con los planes departamentales y/o regionales, para involucrar todos los sitios turísticos de interés y actividades recreativas y culturales. Es necesario crear planes de acción para enfrentar los retos que trae consigo la actividad turística, entre ellos el bilingüismo, que es un punto crítico para el desarrollo sostenible en la actividad. Aumentar la capacidad del talento humano en una segunda lengua permite expandir el nicho de mercado y, por lo tanto, aumentar los flujos de visitantes. Se deben realizar capacitaciones en servicio al cliente de calidad, para crear estrategias de fidelización que arrojen como resultado visitas constantes del mismo turista (Diniz y Moquete, 2011).

Estos servicios ofrecidos a los turistas deben ser de calidad, para incrementar dicha actividad turística. Como lo expone Gándara (2004), la calidad de los destinos turísticos es el resultado del proceso que lleva a la satisfacción de las necesidades y deseos, tanto de los visitantes como de los visitados, a través del uso eficiente de los recursos, es decir, significa la equilibrada relación entre la satisfacción de los turistas, su fidelización y la rentabilidad para el destino, beneficiando el entorno, la población local y las iniciativas pública y privada. La calidad debe ser total para lograr la competitividad en las organizaciones turísticas, garantizando a los visitantes la calidad de un entorno y por ende la calidad de un alojamiento.

Marco contextual

El turismo es una actividad económica relevante para el crecimiento y desarrollo de los países, en términos de ingresos, interrelaciones y generación de empleo. A nivel global, según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el flujo de visitantes extranjeros aumentará del 4 a 4,5 % al término del 2014. Se han movilizado más de 460 millones de turistas alrededor del mundo durante el año, con un crecimiento del 5 %, manteniendo esta tasa registrada durante el 2013. (Portafolio, 2014).

La expectativa para las Américas se evidencia en la llegada de turistas internacionales en 2013, la cual creció 3,6% (168,9 millones) frente a 2012 (163 millones). La mayor variación fue para América Latina y el Caribe; según la OMT, en las Américas el crecimiento estará entre 3% y 4% (Rojas, Vargas y Tique, 2014, pp.17-18).

En el sector hotelero, la ocupación alcanzó un promedio de 65% en el mundo, Europa y Asia Pacífico son las regiones que más se destacaron, con participaciones

superiores al promedio, 68,2% y 67,5%, respectivamente. América registró el valor más alto de ocupación hotelera en los últimos cuatro años (63,9%), debido especialmente a la subregión del Caribe (68,8%) y América del Norte (63,9%) (Rojas et al., 2014, p.19).

En Colombia, según el DANE, la ocupación hotelera nacional alcanzó 53,8%, frente a 52,8% en 2012. Para los primeros cinco meses de 2014 la ocupación se ubicó en 51,2%; 0,8% por encima del valor registrado durante el mismo período de 2013 (50,8%). Sin embargo, el porcentaje de ocupación de los primeros 5 meses de 2014 fue de 51,48 por ciento; 0,4 puntos porcentuales debajo del promedio que se presentó para el mismo periodo en 2013 (Portafolio, 2014). El crecimiento de la oferta, la informalidad en todo el país, el aumento de impuestos como el IVA al alojamiento, son algunos de los retos que tiene en su horizonte el gremio hotelero.

El aporte del sector hotelero al PIB colombiano presentó un crecimiento anual del 4,7% para el año 2013. El año 2014 se observó un crecimiento del 6,4% liderado por el sector de la construcción, en lo que respecta para el sector hotelero, restaurantes, bares y similares, representó un 2,7% para el primer trimestre del 2014; el sector comercio, reparación, hoteles y restaurantes se destacó con un 5,6%. La población ocupada en el sector hotelero en el trimestre móvil comprendido entre marzo y mayo de 2014, el sector Comercio, Hoteles y restaurantes, participó con el 27,6% (5 839 miles de personas) del total de la población ocupada en el país (21 196 miles de personas), como el sector que más participó porcentualmente en el total nacional de ocupados (DANE, 2013). Entre el 2010 y 2013, Pereira fue la ciudad con mayor área construida con destino hotel en el Eje Cafetero, pese a que el área registrada para primer trimestre de 2014 fue 0 metros cuadrados. Para este mismo periodo, Manizales y Armenia reportaron 378 y 120 cuadrados, respectivamente. Para el mes de mayo de 2014, los ingresos reales de los hoteles aumentaron 2,8% en comparación con los registrados en mayo 2013, periodo en el cual aumentaron 3,7%” (López, González, Gómez y Agudelo, 2014, p.34).

El incremento en el flujo de turistas nacionales e internacionales en los departamentos que componen el Eje Cafetero (Risaralda, Quindío, Caldas) está basado en su amplio portafolio de sitios turísticos, dotado de recursos naturales. Su ubicación geográfica es estratégica; dispone de una malla de infraestructura aérea y terrestre de calidad, lo cual genera ventajas de promoción para el desarrollo de la cadena productiva del sector. La oferta y demanda turística en el Eje Cafetero es cada vez mayor; por lo tanto, es importante planear estrategias que permitan el desarrollo del sector bajo índices de competitividad. Para ello, es necesario el acompañamiento de las administraciones públicas, las cuales deberían responder a la presión del nuevo sector, a través de la provisión de nuevas infraestructuras y herramientas financieras al empresario (Mejía y Zuluaga, 2013).

El Paisaje Cultural Cafetero, declaración dada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en 2011, es una de los atractivos más importantes para el desarrollo del sector turismo en la región. Sin embargo, no existe preparación en el manejo organizacional de este reconocimiento; en consecuencia, no ha sido aprovechado eficientemente. Se observa que aunque su importancia cultural, agrícola y turística es significativa, no se cuenta con un instrumento que integre y articule estrategias, programas y proyectos que promuevan la atención integral; no posee una figura institucional en quien apoyarse para liderar procesos a establecer y pasos a seguir (Pérez, Valencia, González y Cardona, 2014). El Departamento busca fortalecer su oferta turística con la declaratoria de Paisaje Cultural Cafetero, descrito como

uno de los mayores activos no solo para Risaralda sino para Caldas, Quindío y el Valle del Cauca y el cual está conformado por 51 municipios, de los cuales 12 corresponden al Departamento. El Paisaje Cultural Cafetero cubre un área de 3.500 hectáreas en su área urbana y 340.000 hectáreas en la parte rural, conformado por 858 veredas y con influencia sobre una población cercana a 500.000 habitantes (Pérez et al., 2014, p.41).

El Paisaje Cultural Cafetero es la manifestación misma de los sistemas ecológicos y sociales con los que el desarrollo sostenible tiene una estrecha relación, en la medida en que se deben respetar los regímenes que el mismo Paisaje representa. Es un recurso de actividad económica para desarrollar el sector turístico y constituye un patrimonio común entre los ciudadanos, puesto que la región cafetera cuenta con una gran riqueza paisajística. Para Rodríguez y Osorio (2008), es una realidad económica y política, una representación histórica que no admite dudas por su impacto y visibilidad regional en último siglo y medio, más aun se reconoce que la cultura cafetera ha sido un eje articulador fundamental del Estado-Nación colombiano.

El desarrollo local, según Diniz y Moquete (2011), está directamente relacionado con la turificación de los espacios urbanos y naturales, que tienen un efecto en las comunidades que lo reciben y la presencia de turistas interfiere en la red de relaciones de los grupos y actores sociales. La región cafetera cuenta con los encantos de la naturaleza, sus tierras cafeteras y su diversidad en flora y fauna, condición importante dentro de la industria turística. Para el pleno desarrollo turístico se requiere definir políticas, estrategias y planes que permitan conservar y acrecentar el atractivo del territorio, mayor desarrollo empresarial, especialmente para operar los atributos del Paisaje Cultural Cafetero y los Termales de Santa Rosa de Cabal.

Santa Rosa de Cabal ha aumentado su actividad turística en los últimos años; posee importantes atractivos turísticos (Rivera, 2009), el potencial de afloramientos de aguas termales es complementado por la gastronomía, especialmente sus chorizos; la producción y comercialización de madera y de artesanías; el

patrimonio histórico, cultural, religioso y arquitectónico; la tradición y la cultura cafetera; las rutas ecoturísticas caracterizadas y la infraestructura de alojamiento rural y urbano. Santa Rosa de Cabal es el único municipio del departamento de Risaralda incluido por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo dentro de las 31 áreas turísticas del país (Plata, 2013). El municipio recibe un promedio 33 000 turistas en un período de temporada vacacional, según la Cámara de Comercio de Santa Rosa. No obstante, en cifras no oficiales se habla de un millón de visitantes por año, según la rotación de pasajeros en la vía a los termales (Plata, 2013, en Red Ormet, 2013, pp. 45-46).

Hernández (2012) describe la problemática hotelera en Santa Rosa de Cabal; señala el desconocimiento de las normas de alojamientos y hospedajes, por lo cual es tarea de primer orden vincular a todos los actores del sector para desarrollar procesos de mejora continua con base en la normatividad existente y, de este modo, acceder a recursos de crecimiento no solo del sector, sino de la economía del municipio. Además, la asociatividad es otro aspecto a mejorar en el sector hotelero; Hernández (2012) menciona que el 89% de los alojamientos del municipio no tienen vínculo con algún ente gremial o alianza con un socio estratégico, lo que dificulta su acceso a beneficios de representatividad, capacitaciones, programas de promoción y categorización por estrellas, convenios con proveedores y nuevas oportunidades.

Entre mayor es el flujo de turistas, más grandes serán los flujos de capital que beneficiarán al municipio de Santa Rosa de Cabal, lo cual desencadenará el desarrollo económico y dará lugar a desarrollo social y empresarial. Específicamente, es necesario trabajar con establecimientos formalizados dentro de los parámetros de ley, en aras de observar, mediante datos estadísticos, las perspectivas reales de crecimiento para el sector.

Marco legal

La política de turismo en Colombia está orientada principalmente al fortalecimiento de la competitividad de los diversos productos y destinos turísticos nacionales. Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, las políticas y planes contemplados en la Ley 300 de 1996 -Ley de Turismo-, se han dirigido a realizar acciones en materia del mejoramiento de la competitividad de los productos y destinos turísticos y al desarrollo de políticas de promoción y mercadeo a nivel nacional (Bravo, Pérez, Hurtado, Fajardo, Estupiñan y Cruz, 2011).

El desarrollo del turismo colombiano se centra en las prácticas de prestación de servicios turísticos, con objetivos claros de planificación y acción. La Resolución 0148 del 19 de enero del 2015. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo reglamenta el cumplimiento de las normas técnicas de calidad, expedidas por la Unidades sectoriales de nacionalización sobre sostenibilidad turística. La Norma Técnica Sectorial NTSH 006 denominada “Clasificación de establecimientos

de alojamiento y hospedaje –Categorización por estrellas de hoteles, requisitos normativos”. Se refiere a la clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje.

A través de este plan sectorial, se busca consolidar la oferta competitiva con características de calidad en los servicios y en la infraestructura; así como brindar una asistencia acorde al consumidor, donde se le proporcione seguridad y confianza en los establecimientos de alojamiento y hospedaje. Esta norma define la categorización por estrellas para los hoteles en las modalidades 1, 2, 3, 4, y 5.

Resultados

Se define el alojamiento turístico como el servicio de hospedaje, con o sin otros servicios complementarios. Según el tipo de servicios que presten, los alojamientos turísticos se pueden diferenciar en: hoteles, aparta-hoteles y moteles, pensiones y fondas, apartamentos turísticos, residencias y albergues, *campings*, alojamientos rurales y balnearios (Casanueva y Gallego, 2009, p.150). La calidad del servicio es muy importante en el sector; las empresas turísticas son básicamente prestadoras de servicios, el resultado fundamental de sus actividades económicas es la cobertura de las necesidades de los turistas.

Los alojamientos en Santa Rosa de Cabal

La personas que contestaron la lista de chequeo fueron: 70% los administradores, gerentes o propietarios de los establecimientos de alojamiento; 20% la recepcionista; el 10% constituido por el director de calidad, la secretaria y la directora administrativa y financiera.

El 34% de los administradores y propietarios de los alojamientos tienen título de pregrado; el 32%, título de bachiller académico; 16%, formación primaria; 4%, título de postgrado y el 4% no tiene formación académica. Es relevante mencionar que para los administradores o propietarios con bajo nivel de formación, algunos de los factores consultados resultan incomprensibles; por lo tanto, es difícil abordar los resultados globales cuando el 100% de la población no entendió los interrogantes de la lista de chequeo.

El alojamiento en Santa Rosa de Cabal está conformado por establecimientos rurales, 56%; hoteles, 40% y hostales, 4%. En la temporada de Semana Santa de 2015, según estadísticas del punto de información turística del municipio, se alojaron aproximadamente 115 personas de 171 registros realizados.

Las edificaciones tienen condiciones seguras y señalización para orientar a los visitantes (Figura 1).

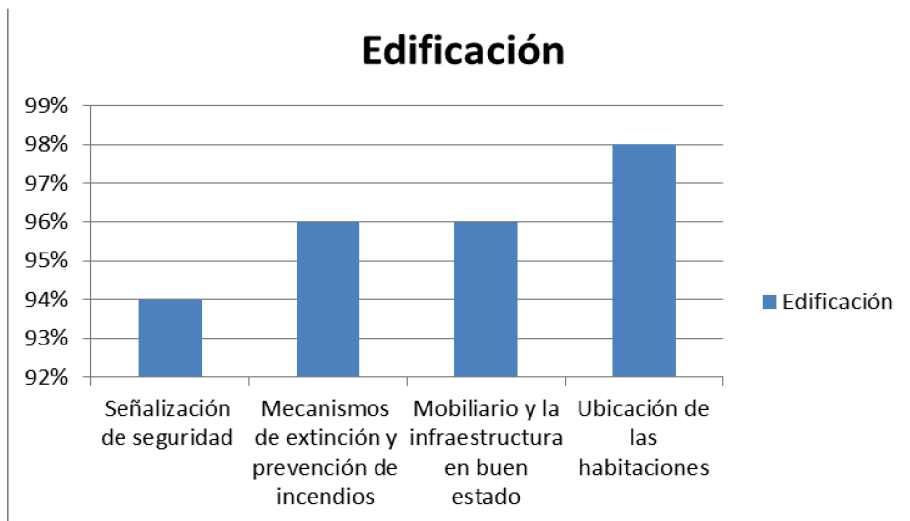


Figura 1. Edificación

Se observa que todos los aspectos relacionados con infraestructura y servicio están cubiertos en más del 90%, un indicador alentador en relación no solo de los alojamientos individualmente sino con la potencialidad del municipio en su conjunto. En la seguridad para los turistas, el 92% (46 establecimientos) cuenta con mecanismos de control para acceso al hotel y en el 88% (44) los clientes pueden recuperar sus objetos perdidos en caso de ser olvidados.

La Figura 2 reúne los resultados con respecto al número de habitaciones por alojamiento: el 46% (26) se ubica en el rango de 3-10 habitaciones; el 30% (15) dispone de entre 10-15 habitaciones; seguido por los que tienen hasta 23 habitaciones, con el 8% (4) de participación; los hoteles que tienen máximo 45 habitaciones tienen una participación del 4%(2). En total, son 672 habitaciones en los alojamientos estudiados, para un promedio de 13,4 habitaciones.



Figura 2. Número de habitaciones por alojamiento u hostel

Los hoteles tienen una oferta total de 1271 camas; un promedio de 26 camas por hotel. Los hoteles entre 15-24 camas -el 38% (19)- son los más comunes, seguido por aquellos que cuentan con 25-35 camas con el 22%(11) y los hoteles que tienen hasta 14 camas. En tercer lugar se encuentran los que cuentan con 36-46 camas, con el 10%(7); en cuarta posición, los alojamientos que disponen de 47-69 camas, con el 6%(5); por último, un hotel que cuentan con más de 75 camas (Figura 3).

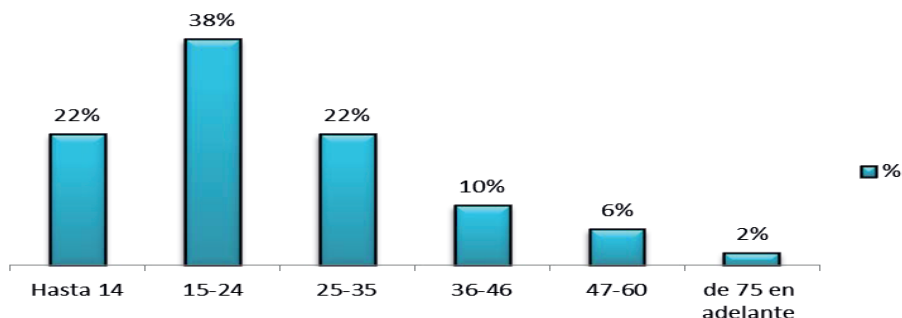


Figura 3. Número de camas en los hoteles

En relación con el contenido de las habitaciones, en la Figura 4 se muestra que la limpieza, ventilación, artículos decorativos y almohadas son las características que sobresalen, con rangos superiores al 90%. Las características a mejorar son los ítems de cajilla de seguridad y teléfono en las habitaciones, con un rango de 30 al 36%.

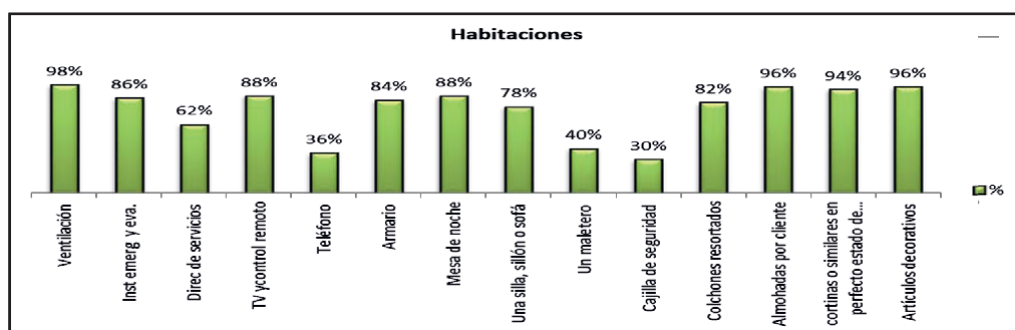


Figura 4. Las habitaciones

En relación con la dotación del baño de las habitaciones, se cuenta con altos rangos en la valoración de los ítems; en general, se cumple con las características necesarias y prioritarias para su completo y correcto equipamiento. A saber: una toalla de cuerpo por cada huésped, toallas de mano, agua caliente y equipamiento necesario en los baños (toallero, jabonera etc.) (Figura 5).



Figura 5. Baños de las habitaciones

Es importante la preocupación de los establecimientos por cumplir con estándares de calidad altos dentro de las habitaciones, en razón de ser el principal objeto de admiración o rechazo por parte de los huéspedes. En ese orden de ideas, la ropa de cama clasifica en los aspectos esenciales a tener en cuenta. Se resalta que un 98% (49) de los alojamientos cuenta con un inventario mínimo de dos juegos de tendidos por cama y el 100% con cobijas y almohadas adicionales disponibles para los huéspedes.

Ofrecer servicio de restaurante o comidas es un valor agregado importante en el portafolio de servicios del establecimiento. La Figura 6 muestra que el 54% de los establecimientos presta servicio de alimentación; para el área de restaurante se cuenta con un 50% (25) con un área de alimentación y bebidas (A&B); el 52% (26) tiene en perfecto estado de limpieza el área de restaurante; el 46% (23) tiene la cubertería y cristalería en buen estado y el 54% (27) de los establecimientos ofrece el servicio de alimentación, bien sea desayuno, almuerzo o cena.

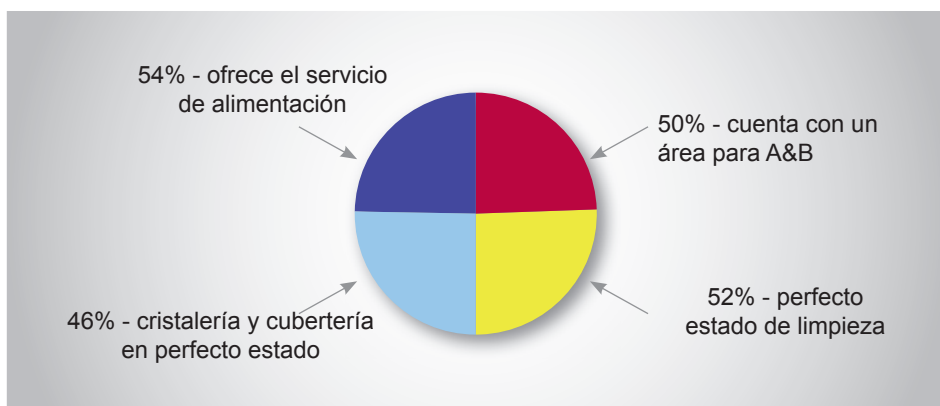


Figura 6. Hoteles que cuentan con servicio de restaurante

Finalmente, en la dotación del área de cocina se repite el rango del 62% (31) para extractores de ventilación, equipamiento, utensilios en buen estado y equipos de refrigeración. El índice que menos sobresale es el espacio para el almacenamiento de materia prima, con un 58% (29).

Algunas Prácticas administrativas en los alojamientos de Santa Rosa de Cabal

La globalización facilita el desarrollo de nuevas tecnologías para asegurar la eficiencia económica y la productividad. El 82% dispone de medios sistematizados para las reservas; un indicador esencial para la atracción del turista extranjero, pues contempla la relación entre la accesibilidad y el desarrollo en la aplicación de nuevas tecnologías. Los alojamientos disponen de página web (70%), correo electrónico (34%) y redes sociales (52%). Las redes más utilizadas en la captación de turistas nacionales e internacionales son Facebook y Booking.com; las menos usadas son YouTube y WhatsApp.

A los propietarios y administradores se les preguntó por la importancia de tener información que les permita conocer sus niveles de competitividad, desempeño financiero, calidad del servicio e Innovación. Las consideraciones aparecen en la Figura 7.

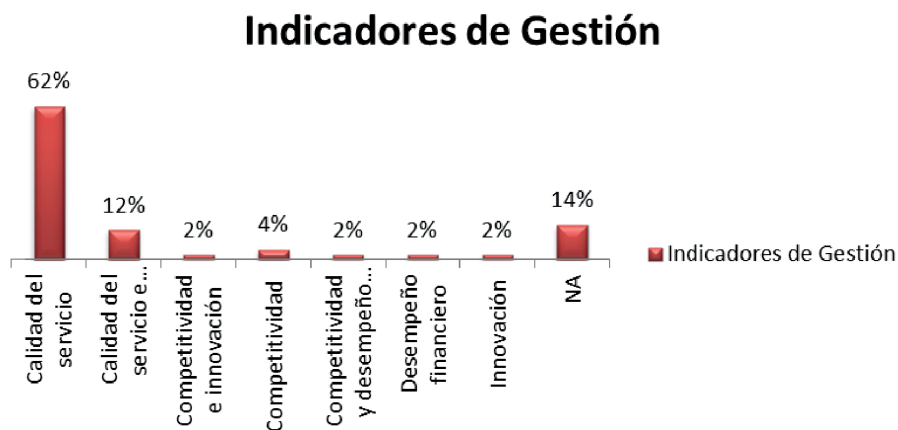


Figura 7. Indicadores de Gestión

Se reconoce la importancia de construir redes de interacción como base común en la revalorización del desarrollo. Las alianzas con el sector público y privado determinan el alcance y capacidad de las organizaciones; el componente esencial del desarrollo socioeconómico está alineado con la institucionalidad del territorio. Sin embargo, de los 50 establecimientos estudiados, únicamente 3 tienen convenio activo con COTELCO. Entre los elementos que aportan al desarrollo local, se muestran las prácticas administrativas que tienen un impacto en el desarrollo social del municipio (Figura 8).

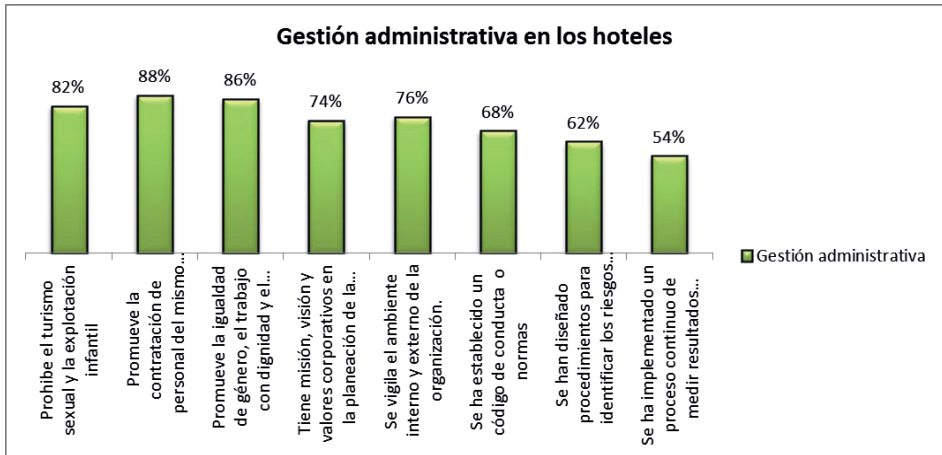


Figura 8. Gestión administrativa en los hoteles

Se observa que el 82% de los alojamientos prohíbe el turismo sexual y la explotación infantil, un indicador que de acuerdo con la normatividad existente en el país debería ser del 100%. 88% promueve la contratación de personal local y 86% promueve la igualdad de género.

En el desarrollo empresarial, un resultado a subrayar es la formalización a través de la matrícula mercantil. Para identificar procesos de desarrollo empresarial, la gerencia, la mercadotecnia, las finanzas, la contabilidad, los servicios, las operaciones, la investigación y el desarrollo de los sistemas de información deben articularse con unos objetivos de corto y largo plazo. En ese sentido, el desarrollo empresarial denota la capacidad de la organización de sobreponerse y brindar soluciones ante los retos que impone el comportamiento del mercado. Frente aspectos relacionados exclusivamente con el desarrollo empresarial, se percibe que el 74% de los alojamientos tienen establecido, mediante el uso de la planeación estratégica, misión, visión y valores corporativos. El 76% vigila el ambiente interno; el 68% tiene establecido un código de conducta; el 62% establece procesos para evitar fraudes internos y el 54% mide sus resultados frente a la competencia.

Vinculación laboral: la planta de personal se divide en permanente y temporal, con un 86% y 46%, respectivamente. El trabajo permanente es aquel que precisa el establecimiento para la prestación del servicio y el temporal como el trabajo para atender temporadas de Semana Santa, Semana de receso y vacaciones, que se pueden catalogar como temporadas altas.

Los alojamientos y hoteles en el municipio de las Araucarias vinculan laboralmente, tanto a hombres (78%) como a mujeres (88%). En este sector, el talento humano capacitado para desarrollar sus tareas de manera eficiente es muy importante por el contacto directo y permanente con los turistas y demás participantes del mercado. En los establecimientos estudiados, el 80% de las

personas está formada para atender requerimientos específicos en cuanto a rutas turísticas, atractivos turísticos y demás servicios y actividades del sector. Los temas de las capacitaciones desempeñan un rol importante en el desarrollo del sector; el 72% de los establecimientos recibe o da capacitaciones en diferentes temas de la actividad hotelera; el 46% en servicio al cliente; el 44% Turismo, PCC y atractivos turísticos. Es poco significativa la capacitación en calidad e idiomas (Tabla 1).

| Temas de las capacitaciones | % |
|--|-----|
| Servicio al cliente | 46% |
| manipulación de alimentos | 16% |
| Turismo, PCC y atractivos turísticos | 44% |
| Aseo y Mantenimiento general | 10% |
| Primeros auxilios y prevención de acc. | 12% |
| Inducción | 2% |
| Presentación personal y autocuidado | 6% |
| Salud ocupacional | 6% |
| Mesa y bar | 2% |
| Recepción | 6% |
| Ventas | 2% |
| Calidad | 6% |
| Inglés | 2% |
| Sistemas | 2% |

Tabla 1. Temas de las capacitaciones brindadas en los hoteles

Las instituciones que brindan las capacitaciones aparecen en la Tabla 2. Con mayor participación está la Cámara de Comercio del municipio, seguido de administradores y propietarios. El talento humano debe estar en capacidad de atender a la exigencias de los cambios que se presenten en el entorno, para brindar el servicio de calidad definido a lo largo del texto.

| Personas que brindan las capacitaciones | % |
|---|-----|
| Administradores o Propietarios | 24% |
| Cámara de Comercio | 30% |
| Externos | 10% |
| Bomberos | 6% |
| Sena | 8% |
| Policía nacional | 4% |
| Asoturismo | 2% |
| Termales Santa Rosa | 2% |

Tabla 2. Personas o instituciones que brindan las capacitaciones

En relación con la gestión del recurso humano, se identifican los problemas que enfrentan los administradores en los establecimientos con su planta de personal; los mayores problema son el conocimiento del idioma inglés (22%), alta rotación (14%), baja calificación (12%); por otro lado, el 50% responden que no han tenido ningún inconveniente en la dirección de su recurso humano. La gestión de las empresas hoteleras requiere una gama amplia de aspectos, como la adecuación de la nuevas tecnologías y prácticas de ejecución eficiente para alcanzar altos índices de competitividad (Berdugo, 2014). El uso de herramientas tecnológicas en la gestión comercial y administrativa de los establecimientos aparece en la Figura 9.

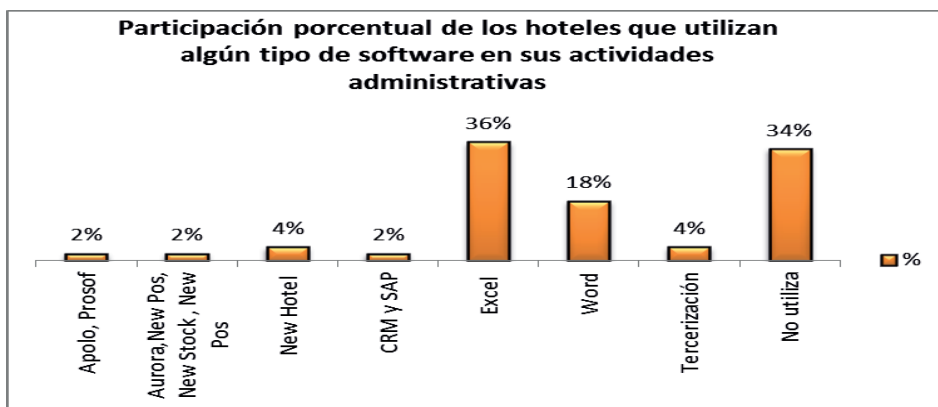


Figura 9. Hoteles que utilizan algún tipo de *software* en actividades administrativas

En la gestión comercial y administrativa de los establecimientos se usan las herramientas básicas de *Microsoft Office*, el uso de otros aplicativos, como los CRM, Apollo, SAP tiene una participación del 2%; 34% no usa herramientas tecnológicas.

La institucionalidad es un valor relevante para el desarrollo del sistema turístico, pues cumple con tres funciones básicas: asegura la cohesión social, la formación de capital humano y evita la fragmentación. Se destaca que existen 33 hoteles afiliados a COTELCO Risaralda, de los 50 hoteles encuestados. Los alojamientos afiliados a la asociación hotelera cuentan con múltiples beneficios, como capacitaciones, promoción, representatividad y convenios importantes con otros proveedores que les brinda oportunidades de crecimiento y alianzas estratégicas.

Asoturismo es un gremio privado para los hoteles del municipio. En entrevista con su presidente, Néstor Blandón,² asegura que

² Entrevista a Néstor Blandón, presidente de Asoturismo, que representa los ideales de 40 establecimientos prestadores de servicios turísticos en el municipio de las Araucarias. En la entrevista se indagó sobre los temas más relevantes para los prestadores de servicio de alojamiento, algunas generalidades de la situación actual de los hoteleros y la actividad turística de Santa Rosa de Cabal.

los establecimientos de alojamientos tanto rurales y urbanos requieren un mayor apoyo de las distintas autoridades locales y departamentales; sin embargo la implantación y acción de nuevas estrategias para el crecimiento del sector deben ser trabajadas desde el sector privado.

La Figura 10 muestra el tamaño de los alojamientos por número de empleados; se destaca 3-4 trabajadores en el 40%. Na mayoría de los establecimientos son micros y pequeñas empresas; tan solo el 6% supera los 15 trabajadores.

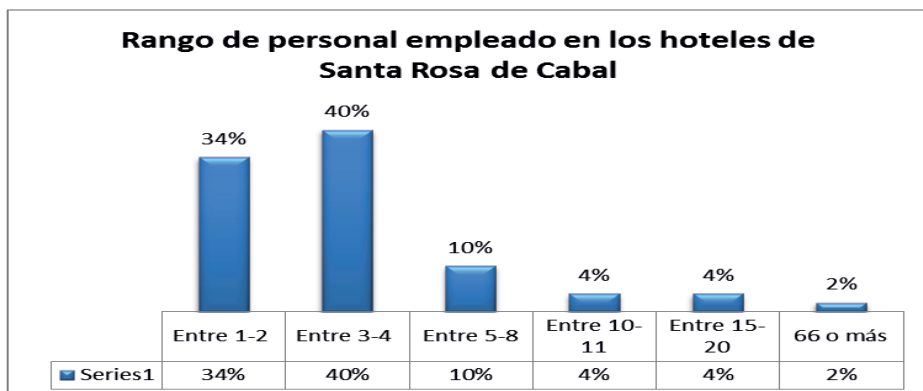


Figura 10. Rango de personal empleado en Hoteles de Santa Rosa de Cabal

El nivel de formación de los colaboradores es un componente relevante para identificar desarrollo de la actividad e identificar problemáticas en la gestión del talento humano. La Figura 11 reúne los resultados con respecto a los niveles de formación académica.

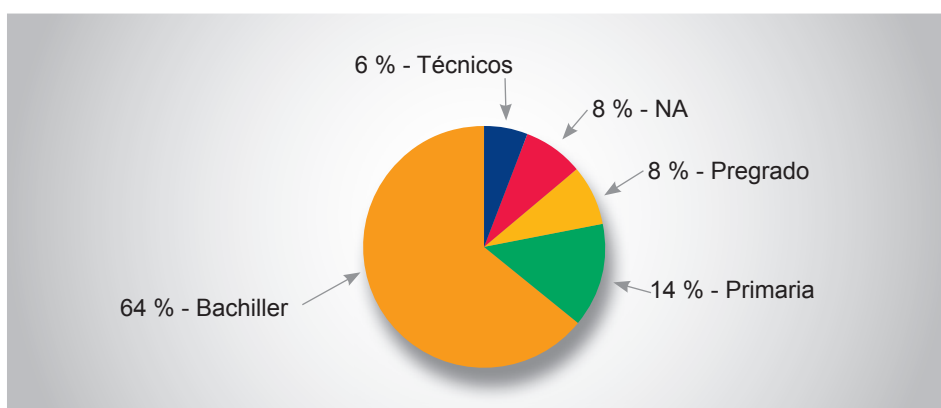


Figura 11. Nivel de formación de los empleados

El nivel de formación de los empleados, en su mayor, medida está representado por el bachillerato, con una incidencia alta del 64%(32). Es relevante para la investigación anotar que las instituciones educativas del municipio tienen un

enfoque hacia el desarrollo y conocimiento del sector turismo; ello permite establecer bases sólidas académicas para el posterior desarrollo de las actividades laborales. Se aprecia también que el 64% de los empleados tiene al menos bachiller académico; sin embargo, tan solo el 8% tiene una carrera profesional y están ubicados en los cargos administrativos más altos de los establecimientos organizacionalmente más desarrollados. El apoyo al 8% que no posee ningún estudio es vital y aporta en el sentido de involucrar a las poblaciones vulnerables en la productividad.

En la infraestructura del establecimiento se evalúan, a su vez, las zonas definidas para uso del personal. Los establecimientos cuentan con baños para el personal, en un 68% y oficinas para el personal administrativo, en un 64%. En menor proporción, se cuenta con comedor dotado para los empleados y casilleros para su uso, con el 46% cada uno.

La sostenibilidad ambiental solo se logra con la previsión mediante programas de mantenimiento, con el fin de cuidar el medio ambiente de enfermedades, generar espacios para conservar la riqueza natural y dejar un legado. Los establecimientos, en su mayoría, desarrollan programas de mantenimiento preventivo (86%) y control de plagas (88%); sin embargo, este indicador debería tender al 100%, pues es crítico en el mediano plazo y debe estar apoyado por instituciones públicas.

Los alojamientos rurales carecen de líneas telefónicas; por lo tanto, los propietarios de los establecimientos no están en condiciones de prestar este servicio, que resulta básico. Adicionalmente, los servicios de televisión e internet deben ser satelitales, lo cual incrementa los costos de operación y afecta la competitividad y rentabilidad. En la Figura 12 aparecen los principales elementos disponibles en los establecimientos para brindar un servicio de valor agregado; se resalta el tanque de reserva de agua (80%), cuarto de basuras (80%) e internet inalámbrico 69% (WIFI), la generación de valor en el sector de los servicios es un factor que afecta positivamente el índice de competitividad.

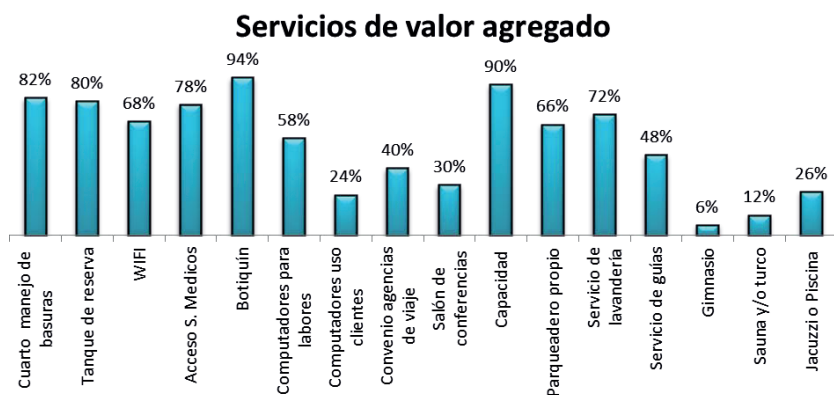


Figura 12. Servicios de valor agregado

El desarrollo de la economía local se enfrenta a los retos que trae consigo la globalización; pero se observa atraso en las capacidades de los alojamientos frente a los parámetros de las normas del sector. En esta Figura también se contemplan los alojamientos que tienen a disposición computadores para sus labores diarias y para el uso exclusivo de los clientes, con un resultado de 59% y 25%, respectivamente. El salón de conferencias, parqueadero propio y servicio de guías son otros servicios relevantes que añaden valor; sin embargo, únicamente el 30%, 65% y 45% respectivamente lo tienen incorporado dentro su portafolio. Se nota que los alojamientos priorizan la oferta de un estadía donde sobresalga el aislamiento y tranquilidad, por encima del suministro de los diferentes artefactos electrónicos dentro de las facilidades del establecimiento.

Implementar una norma de calidad, es un instrumento muy efectivo para involucrar todas las áreas críticas de los establecimientos en el seguimiento de unos efectivos mutuos, en aras de buscar desarrollo empresarial y económico. En el municipio, el 32% de los alojamientos posee algún tipo de certificación. En relación con la calidad de la recepción del hotel, la Figura 13 reúne los resultados relacionados con características como el mostrador habilitado para recibir los clientes (92%) y el 78% asegura tener la información turística necesaria en el área de recepción. Se encuentra que no se tienen las tarifas en un lugar visible; tan solo el 18% cumple con este índice. El 28% tiene teléfono en las habitaciones, lo que se debe a que en algunos lugares rurales no tienen cableado telefónico o acceso a este servicio.

Consideraciones finales

En este estudio se hizo la exploración conceptual de los constructos teóricos y el análisis de la calidad del servicio prestado por alojamientos u hospedajes rurales y urbanos del municipio de Santa Rosa de Cabal. La indagación se basó en la lista de chequeo avalada por COTELCO Risaralda y la observación de la población estudiada

En primer lugar, están las prácticas presentes en los alojamientos rurales y urbanos de Santa Rosa de Cabal, donde se identifica una buena gestión administrativa por parte de las personas que están a la cabeza de los hoteles. Se percibe una planeación estratégica, aunque en algunas está implícita en el desarrollo de los objetivos organizacionales. En cuanto a la toma de decisiones, es empírica y basada en los cambios que demandan los clientes; no obstante, algunos se basan en cifras o estadísticas. A pesar de la baja escolarización, el sector cuenta con elementos fundamentales para seguir desarrollando de manera adecuada la actividad turística relacionada con el alojamiento. Por otro lado, se encuentran bajos niveles de certificación entre los hoteles partícipes: tan solo el 32% de los alojamientos cuenta con alguna certificación.

El personal empleado en los establecimientos es, en su mayoría, del municipio de Santa Rosa de Cabal; además, los empleados son considerados relevantes

para la organización, debido a la conexión de manera directa con los servicios que ofrecen. En la misma corriente, en entrevista con los administradores y propietarios de los hoteles se identificó que el indicador de gestión más importante es la calidad del servicio. Se cuenta con una alta participación de mujeres empleadas en este subsector, pero la mayoría de estos empleos son de manera temporal. En cuanto a los problemas asociados a la contratación de personal, se encuentra el manejo del inglés; aunque el nivel de escolarización es bachillerato, es importante destacar el conocimiento que tiene la mayoría de establecimientos sobre turismo y la alta incidencia que en cuanto a capacitaciones brindadas, tanto por instituciones como por externos, donde el tema con mayor participación es el enfoque al cliente, es decir, el servicio.

En cuanto a los hoteles certificados, se encuentra el 16% del porcentaje total y se pudo encontrar que 16 de los 50 establecimientos están en proceso de certificación o ya están certificados; además, es importante destacar la certificación en sostenibilidad de algunos hoteles, pues esto les permite ser cada vez más competitivos. En el uso de las TIC, se concluye que tiene una participación alta entre los establecimientos de alojamiento donde hay un manejo tecnológico dentro de las actividades empresariales.

Otros aspectos a destacar son los procesos de calidad presentes en los hoteles rurales y urbanos, en el cual predominan factores como la evaluación, la edificación, la seguridad, las habitaciones y sus baños, mantenimiento, reservas y otros con baja incidencia, como la prestación del servicio de restaurante y de recepción.

En esta perspectiva se evidencia la necesidad de seguir reforzando actividades claves que puedan agregarle valor al servicio que se está prestando. En cuanto al uso de una página web, su participación es incipiente y se pudo evidenciar una participación activa en redes sociales que promueven sus establecimientos para una mejor captación de los clientes. En cuanto a la prestación de otros servicios adicionales, se debe tener en cuenta la baja participación en asociatividad en cuanto a COTELCO y agencias de viaje; en este punto, las empresas pueden mejorar sus alianzas y de esta manera impulsar sus establecimientos de manera estratégica, para atraer mayor cantidad de clientes.

Otro punto a considerar son aquellos hoteles que cumplen, en su mayoría o a cabalidad, la lista de chequeo. En ese aspecto puntúan como los hoteles con mayor calidad del servicio un 10% sobre el porcentaje total de encuestados, entre los cuales cumplen entre el 73 y el 66 de los ítems presentados en la encuesta aplicada. En cuanto al porcentaje organizacional, los que puntúan en este sentido son los hoteles que están certificados y otros que tienen claros sus objetivos para seguir prestando servicios de calidad.

Con los datos presentados se percibe que es esencial verificar la calidad que están percibiendo los clientes. Aunque muchos hoteles aseguran tener ciertos

requisitos, externamente se puede encontrar alguna falencia y esta puede mejorarse paulatinamente, para satisfacer las necesidades y deseos de los clientes. El objetivo último es brindar experiencias más inolvidables y de calidad.

Los cambios han afectado el devenir de estas organizaciones, para desafiarlas a que sean más competitivas y unir toda una cadena de valor ligada a estos establecimientos, para impulsar al municipio como un destino sobresaliente en los servicios que se están prestando actualmente. Se debe destacar la relevancia que tiene el desarrollo empresarial en los hoteles y la capacitación constante para hacer de los colaboradores personas mucho más conocedores sobre temas pertinentes al ejercicio que realizan.

Posibles estrategias para favorecer el desarrollo empresarial de los alojamientos rurales y urbanos de Santa Rosa de Cabal

- Para atraer mayor número de turistas, es importante contar con hoteles que le apuesten a la competitividad de Santa Rosa de Cabal; pilar importante para el desarrollo turístico de Risaralda. Se debe pensar en función de una planeación estratégica de la actividad turística en el municipio.
- Es indispensable adecuar insumos, como la página web y el correo electrónico, para la promoción de la marca de destino de Santa Rosa de Cabal. Con ello se construirá una identidad que permita a los visitantes potenciales diferenciar el municipio de otros lugares turísticos.
- Gestionar alianzas estratégicas con agencias de viajes u otro tipo de instituciones, como COTELCO, para impulsar la promoción de su hotel, incrementar sus ventas y posicionarse como un hotel atractivo.
- Iniciar un proceso en certificación para acceder a beneficios y encaminarse al desarrollo organizacional; además de buscar la oferta de servicios de calidad que puedan promover la competitividad en todas las actividades que desempeñe.
- Adecuar vías telefónicas en todos los corredores viales del municipio, pues la infraestructura de comunicaciones es uno de los principios básicos del desarrollo económico y social.
- Vincular paquetes al portafolio del establecimiento, donde se incluya toda la cadena de valor del sector turismo; de ese modo, se puede obtener crecimiento económico y generar espacios de cooperación privada entre las organizaciones.

Referencias

Berdugo Cotera, E. (2014). Competitividad: recorrido histórico, conceptos y enfoques recientes. *Revista Gestión & Sociedad Gestión. Social*, 7(2); 157-182.

Bravo, A., Pérez, B., Hurtado, Y., Fajardo, K., Estupiñan, F. y Cruz; G. (2010). *Plan Sectorial de Turismo 2011-2014*. Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Carvajal, A. (2014). Análisis de la gestión de competitividad en Colombia como destino turístico. *Revista EAN*, 76, 78-91.

Casanueva C. y Gallego, M. (2009). *Empresas y organizaciones turísticas*. Madrid: España: Pirámide

Comisión de Competitividad de Risaralda (2012). Actualización del Plan Regional de Competitividad 2012

DANE (2013). *Comunicado de prensa: Cuentas nacionales trimestrales - Producto interno bruto segundo trimestre de 2013*. Disponible en http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp_PIB_IVtrim11.pdf

DANE (2005) *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas. Revisión 3.1, adaptada y revisada para Colombia por el DANE*. Disponible en http://www.dane.gov.co/files/correlativas/CIIU_rev_3_1_parII.pdf

Diniz, K. y Moquete, S. (2011). El turismo en la dinámica territorial. ¿Lógica global, desarrollo local? *Estudios y Perspectivas en Turismo* 20(2), 441-461.

FONTUR (2009). *Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 006*. Bogotá:ICONTEC

Gándara, J. M. (2004). La Calidad y la Competitividad de los Destinos Turísticos Urbanos. *Turismo - Visão e Ação*, 6(1) 69-93.

Hernández, J. (2012). *Caracterización del servicio turístico de Santa Rosa de Cabal. Investigación Realizada mediante el programa jóvenes investigadores e innovadores "Virginia Gutiérrez de Pineda" de Colciencias 510 de 2010*. Santa Rosa de Cabal: Cámara de Comercio de Santa Rosa de Cabal.

López, A., González, B., Cortázar, D. y Agudelo, F. (2014). *Boletín económico regional*. Bogotá: Banco de la Republica.

Martínez, J. (2013). *El turismo como sistema significativo. Ideas para la gestión de las empresas turísticas*. España: Universidad de La Laguna.

- Mediano, L. (2004). *Gestión del marketing en el turismo rural*. Madrid: Pearson.
- Mejía, A. y Zuluaga, R. (2013). *Aciertos y desaciertos en las estrategias de promoción turística del eje cafetero durante los años 2010 y 2011*. Medellín: Universidad EAFIT 2013.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2015). *Resolución 0148* del 19 de enero de 2015. Bogotá: Autor.
- Moncayo, E. (2003). Nuevas teorías y enfoques conceptuales sobre desarrollo regional: ¿Hacia un nuevo paradigma? *Revista de Economía Institucional*, 5(8), 32-65.
- Nova, G. (2006). *Análisis y precisiones en torno al concepto de turismo urbano y determinación del tamaño muestral e instrumento de investigación para la prueba del modelo propuesto*. España: Universidad de Valencia.
- Red Ormet, (2013). *Estudio de Perfil Productivo Rural y Urbano del Municipio de Santa Rosa de Cabal*. Bogotá: Ministerio de Trabajo -Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Parra, E. y Calero, F. (2006). *Gestión y dirección de empresas turísticas*. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España.
- Pérez, G., Valencia, F., González, B. y Cardona, J. (2014). *Pereira: contexto actual y perspectivas. Documentos de trabajo sobre economía regional, 208*. Colombia: Banco de la Republica.
- Portafolio (2014). *El turismo continúa al alza en Colombia y Suramérica*. Disponible en www.portafolio.co/internacional/turismo-colombia-suramerica
- Rivera, A. (2009). *Plan de Desarrollo Turístico de Santa Rosa de Cabal*. Pereira: Gobernación de Risaralda y Cámara de Comercio de Pereira.
- Rodríguez, D. y Osorio, J. E. (2008). *Sistema Patrimonial Paisaje Cultural Cafetero*. Pereira: Universidad Católica y Universidad Tecnológica.
- Rojas Arroyo, S., Vargas, J. y Tique, E. (2014). *Informe turismo*. Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Rojas Pinilla, H. (2009). Entre lo ideal y lo real: ¿Los cambios en los enfoques propuestos de turismo rural sostenible desde la Organización de las Naciones Unidas contribuirían al desarrollo rural territorial? *Cuadernos de Desarrollo Rural Pontificia*, 6 (62), 145-171
- Uribe, S. y Gaitán, L. (2013). Impacto de la inversión extranjera directa en el sector hotelero colombiano. *Administer*, 22, 83-94.

Velasco, M., Solís, N. y Torres,, J. L. (2014). El impacto territorial del turismo en el desarrollo sostenible: el caso de las regiones de México 2000-2010. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2) 357-368.

Zúñiga, A. y Castillo, M. (2012). Turismo en Colombia: resultados del sector (2007-2010). *Magazín Empresarial*, VIII(15), 67-73.